

## DAFTAR PUSTAKA

- V. N. Maret, "Jurnal Kajian Ilmu Manajemen Pengaruh Gaya Hidup Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Wardah," vol. 2, no. 1, pp. 86–93, 2022.
- F. Latief and N. Ayustira, "Pengaruh Online Costumer Review dan Customer Rating terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik di Sociolla," *J. Mirai Manag.*, vol. 6, no. 1, pp. 139–154, 2020.
- M. M. Fathurrahman, D. Triwardhani, and J. G. Argo, "Pengaruh *Influencer Marketing* Dan *Viral Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian Bittersweet By Najla," *Pros. SENAPENMAS*, vol. 346, no. 2, p. 1209, 2021, doi: 10.24912/psenapenmas.v0i0.15157.
- D. Solihin, "Pengaruh Kepercayaan Pelanggan dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Online Shop Mikaylaku Dengan Minat Beli Sebagai Variabel Intervening," vol. 4, no. 1, pp. 26–37, 2020.
- M. Arif., "Pengaruh Social Media *Marketing*, Electronic Word Of Mouth (EWOM) Dan lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Online," *SiNTESa Semin. Nas. Teknol. Edukasi Sos. dan Hum.*, vol. 1, no. 1, pp. 111–122, 2021.
- V. Brama Kumbara, "Determinasi Nilai Pelanggan Dan Keputusan Pembelian: Analisis Kualitas Produk, Desain Produk Dan Endorse," *J. Ilmu Manaj. Terap.*, vol. 2, no. 5, pp. 604–630, 2021, doi: 10.31933/jimt.v2i5.568.
- M. M. Batee, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Kaos Nias Gunungsitoli," *Jesya (Jurnal Ekon. Ekon. Syariah)*, vol. 2, no. 2, pp. 313–324, 2019, doi: 10.36778/jesya.v2i2.108.
- F. T. Nuryani, "Determinasi Keputusan Pembelian: Harga, Promosi Dan Kualitas Produk (Literature Review Manajemen Pemasaran)," *J. Ekon. Manaj. Sist. Inf.*, vol. 3, no. 4, pp. 452–462, 2022, [Online]. Available: <https://doi.org/10.31933/jemsi.v3i4>
- R. N. Shadrina and Y. Sulistyanto, "ANALISIS PENGARUH CONTENT MARKETING, INFLUENCER, DAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi pada Pengguna Instagram dan Tiktok di Kota Magelang)," *Diponegoro J. Manag.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–11, 2022, [Online]. Available: <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- A. J. Putri, "Intention Of Beauty Products In Bandung Pengaruh Dukungan Selebriti , Iklan , Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Produk Kecantikan Di Bandung," *Manag. Stud. Entrep. J.*, vol. 4, no. 4, pp. 3399–3409, 2023.

- M. Madonna, F. Reza, R. Sovianti, and D. A. Widyasari, "Popularitas, Kompetensi dan Perilaku sebagai Indikator Kredibilitas *Influencer* Ketahanan Kesehatan Masyarakat Menghadapi Pandemi Covid-19," *War. ISKI*, vol. 5, no. 1, pp. 72–80, 2022, doi: 10.25008/wartaiski.v5i1.147.
- C. Wahyuni, Z. M. E. Siregar, and B. H. Rambe, "Pengaruh Kepercayaan Konsumen Terhadap Minat Beli Produk Secara Online Di Kalangan Mahasiswa Dengan Mediasi Kepuasan Konsumen (Studi Kasus Di Universitas Labuhanbatu)," *J. Educ. Lang. Res.*, vol. 1, no. 11, pp. 1669–1676, 2022.
- I. C. Setyoparwati, "Pengaruh Dimensi Kepercayaan (Trust) Konsumen Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada E-Commerce di Indonesia," *Ilm. MEA (Manajemen, Ekon. Akuntansi)*, vol. 3, no. 3, pp. 111–119, 2019, doi: 10.31955/mea.vol4.iss1.pp111-119.
- D. Wibowo, "ANALISIS BIAYA KUALITAS PRODUK DALAM MEMPERTAHANKAN".  
A. N. Mukhlisah and M. Irfan, "Nusantara Hasana Journal," *Nusant. Hasana J.*, vol. 2, no. 9, pp. 185–190, 2023.
- [Y. A. Puspitaningtyas and S. Saino, "Pengaruh Kualitas Produk, *Electronic Word of Mouth (E-WOM)*, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian Ayam Panggang Bu Setu di Gandu Magetan," *INOBIS J. Inov. Bisnis dan Manaj. Indones.*, vol. 2, no. 4, pp. 545–558, 2019, doi: 10.31842/jurnal-inobis.v2i4.111.
- R. M. Rahmah, "Pengaruh *Electronic Word of Mouth* dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Masker Wajah Sariayu," *J. Bisnis Dan Kaji. Strateg. Manaj.*, vol. 6, no. 2, pp. 2352–2359, 2022, doi: 10.35308/jbkan.v6i2.5710.